

## ABSTRAK

Perkembangan desain grafis dewasa ini telah mengalami perubahan yang sangat pesat. Salah satu cakupan desain grafis adalah perancangan media promosi berupa yang berkomunikasi melalui visual (media untuk menyampaikan pesan dengan menghadirkan visual). Media komunikasi visual menjadi sangat penting dikarenakan strategi ini merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan sebuah produk, jasa, atau *event* kepada khalayak ramai. Secara khusus dalam laporan tugas akhir yang berjudul “perancangan media komunikasi visual Festival Kerinci Tahun 2018”, penulis ingin memaparkan rencana pembuatan beberapa media promosi *event* untuk memperkenalkan secara luas Festival Kerinci dan melalui media-media promosi yang dibuat semakin membuat posisi Kabupaten Kerinci sebagai daerah tujuan wisata di Provinsi Jambi dikarenakan juga sekitar 73% objek wisata di Provinsi Jambi terdapat di Kabupaten Kerinci.

Tingkat kunjungan wisata Kabupaten Kerinci dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang sangat baik, ditambah lagi dengan pemerintah daerah yang mulai memperbaiki infrastruktur dan pelayanan kepariwisataan. Melalui *event* ini diharapkan Kabupaten Kerinci akan didatangi oleh wisatawan lokal, nasional, bahkan manca negara. Sehingga tidak hanya pemerintah yang diuntungkan, namun masyarakat Kerinci juga akan sangat diuntungkan. Perekonomian masyarakat dengan otomatis mengalami kenaikan, disamping itu kebudayaan yang dimiliki oleh Kerinci juga dapat di lestarikan oleh para penerus sekaligus terkenal bagi mereka yang datang dari luar daerah Kerinci.

Dalam proses perancangan media komunikasi visual Festival Kerinci Tahun 2018 ini, pengumpulan data yang diperoleh penulis melalui observasi, wawancara bersama dinas terkait dan juga tokoh masyarakat, dan juga melakukan studi pustaka untuk menghadirkan proses kreatif dalam Desain Komunikasi Visual Festival Kerinci ini.

Kata Kunci: Media, Komunikasi Visual, Festival, Kerinci, Pariwisata

## **ABSTRACT**

*Development of graphic design today has undergone rapid changes. One of the scope of graphic design is the design of promotional media form that communicate through visual (media to deliver the message by presenting a visual). The media of visual communication becomes very important because this strategy is one way to introduce a product, service, or event to the audience. Specifically in the final project report entitled "Designing Visual Communication Kerinci Festival 2018", the author wants to expose plans of making some promotional media event to introduce broadly Kerinci Festival and through promotion's media made more and make the position of the Kerinci Regency as a tourism destination in Jambi Province due to well around 73 % of attraction. Specifically in the final project report entitled "Designing visual communication Festival Kerinci 2018", the author wants to expose plans of making some promotional media event to introduce broadly Festival Kerinci and through promotion's media made more and make the position of the Kerinci Regency as a tourism destination in Jambi province due to well around 73% of attractions in Jambi province there is in the District of Kerinci.*

*District level tourism visit to Kerinci from year to year are having a very good increase, plus more the regional government began to improve infrastructure and tourism service. Through this event is expected to be visited by the Kerinci Regency of local, national, even international. So it is not just governments that benefited the citizens, but will also greatly benefited Kerinci. The Economy of the community with automatic increase, besides cultural belonging to Kerinci can also be kept by the successor to the famous at once for those who come from outside the area of Kerinci.*

*In the process of designing a visual communication media Festival this Year 2018, collection of data obtained through observation, interviews author along with related Department and also community leaders, and also did a study of the literature to present the process creative in the design of Visual communication Festival Kerinci.*

*Keyword: Media, Visual Communicate, Festival, Kerinci, Tourism*

## DAFTAR ISI

|                                                   | Halaman   |
|---------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                               | i         |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                          | ii        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                         | iii       |
| ABSTRAK .....                                     | v         |
| ABSTRACT .....                                    | vi        |
| KATA PENGANTAR.....                               | vii       |
| DAFTAR ISI.....                                   | ix        |
| DAFTAR GAMBAR.....                                | xii       |
| DAFTAR TABEL .....                                | xiv       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                    | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang.....                            | 1         |
| B. Identifikasi Masalah .....                     | 7         |
| C. Rumusan Masalah dan Strategi Perancangan ..... | 8         |
| 1. Rumusan Masalah .....                          | 8         |
| 2. Strategi Perancangan.....                      | 8         |
| D. Tujuan Perancangan .....                       | 9         |
| E. Manfaat Perancangan .....                      | 10        |
| F. Orisinalitas Perancangan .....                 | 10        |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>                   | <b>14</b> |
| A. Tinjauan Umum.....                             | 14        |
| 1. Desain Komunikasi Visual .....                 | 14        |
| 2. Prinsip Desain.....                            | 16        |
| a. Kesatuan ( <i>Unity</i> ) .....                | 17        |
| b. Penekanan ( <i>Emphasis</i> ).....             | 17        |
| c. Skala dan Proporsi ( <i>Scale</i> ) .....      | 17        |
| d. Keseimbangan ( <i>Balance</i> ).....           | 18        |

|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| e. Ritme ( <i>Rhythm</i> ).....                            | 18        |
| 3. Promosi.....                                            | 19        |
| 4. <i>Event</i> (Acara).....                               | 21        |
| 5. Pariwisata.....                                         | 21        |
| 6. <i>Marketing</i> (Pemasaran) .....                      | 23        |
| B. Tinjauan Khusus .....                                   | 24        |
| 1. Festival Kerinci .....                                  | 24        |
| a. Khasanah Seni Budaya .....                              | 25        |
| b. Pesta Budaya.....                                       | 25        |
| d. Perlombaan .....                                        | 26        |
| 2. Media Komunikasi Visual Festival Kerinci Tahun 2018 ... | 26        |
| a. Identitas Visual .....                                  | 27        |
| b. Desain Poster .....                                     | 28        |
| c. Video Promosi .....                                     | 29        |
| <b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>                     | <b>31</b> |
| A. Ruang Lingkup Perancangan.....                          | 31        |
| 1. Demografis .....                                        | 31        |
| 2. Geografis .....                                         | 31        |
| 3. Psikografis.....                                        | 32        |
| 4. Metode Pengumpulan Data .....                           | 32        |
| a. Observasi .....                                         | 32        |
| b. Studi Pustaka .....                                     | 33        |
| c. Wawancara.....                                          | 36        |
| 5. Metode Analisis Data .....                              | 37        |
| a. Analisa S.W.O.T .....                                   | 37        |
| b. Analisa A.I.D.A .....                                   | 40        |
| 6. Strategi Media Utama dan Media Pendukung .....          | 42        |
| a. Perancangan Media Utama .....                           | 42        |
| b. Media Pendukung.....                                    | 43        |
| <b>BAB IV PROSES PERANCANGAN.....</b>                      | <b>47</b> |
| A. Konsep Perancangan.....                                 | 47        |

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| 1. Brainstorming .....                               | 47         |
| 2. Basic Idea .....                                  | 48         |
| 3. Point of Interest ....                            | 48         |
| B. Tahap Perancangan .....                           | 49         |
| 1. Perancangan Media Utama .....                     | 49         |
| a. Perancangan Logo Festival Kerinci 2018 .....      | 49         |
| b. Perancangan Maskot Festival Kerinci 2018 .....    | 62         |
| c. Perancangan Poster dan Media Aplikasi .....       | 65         |
| d. Perancangan Video Promosi ( <i>teaser</i> ) ..... | 81         |
| 2. Perancangan Media Pendukung / Aplikasi Media..... | 101        |
| a. Media Online .....                                | 101        |
| b. Media Cetak.....                                  | 102        |
| c. Media Pendukung Lainnya .....                     | 105        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                            | <b>109</b> |
| A. Kesimpulan.....                                   | 109        |
| B. Saran .....                                       | 110        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                           | <b>111</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                               |            |